

DOKUMENTACE ZÁVĚREČNÉ PRÁCE



VYSOKÉ UČENÍ TECHNICKÉ V BRNĚ
BRNO UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

FAKULTA VÝTVARNÝCH UMĚNÍ
FACULTY OF FINE ARTS

ATELIÉR GRAFICKÉHO DESIGNU 2
GRAPHIC DESIGN STUDIO 2

VIZUÁLNÍ IDENTITA
STUDENTSKÉHO PROJEKTU V RÁMCI
PRAŽSKÉHO QUADRIENNALE
VISUAL IDENTITY FOR A STUDENT PROJECT
PRESENTING ON PRAGUE QUADRENNIAL

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

BACHELOR THESIS

AUTOR PRÁCE

AUTHOR

VEDOUCÍ PRÁCE

SUPERVISOR

KRISTÝNA ŽÁČKOVÁ

doc. MgA. MIKULÁŠ MACHÁČEK

BRNO 2019

OBSAH:

TEXTOVÁ ČÁST	s. 5 – 9
OBRAZOVÁ ČÁST	s. 10 – 15

PROJEKT „PRAHA NENÍ ČESKO“ ÚVOD

Praha není Česko je projekt, který prezentuje v letošním roce tuzemskou studentskou část na Pražském Quadriennale. Koncept vytvořil kolektiv Intelekturálně, jehož členové jsou: Anna Chrtková, Jan Matýsek a Andrea Dudková.

Projekt pracuje s tématem centralizace. Lidé se čím dál tím víc stěhují do měst a vznikají tak velké rozdíly mezi obyvateli metropolí a venkova, a to ve všech oblastech jejich života, především v jejich kultuře i umělecké tvorbě. Ve velkých městech se vystavuje reprezentativní kultura, výběr z toho nejlepšího. Praha není Česko chce vytáhnout návštěvníky mimo jejich sociální bubliny uměleckého a divadelního světa a ukázat místa, která nejsou klasickými cíli turistických průvodců.

Ambicí je uspořádat 6 zážitkových výletů, z nichž každý prezentuje určité téma: gastronomie, dobrodružství, historie, mytologie, trampingu a urbanismu. Praha není Česko bere své výletníky na místa původní, opomíjená, doplněná o hyperrealistický scénář. Jeden z výletů je autorský a ostatní tvůrci výletů byli osloveni kolektivem Intelekturálně. Jedná se o spolupráci se studenty Katedry alternativního a loutkového divadla DAMU, Ateliéru intermedií brněnské FaVU, mezioborovým týmem studentů z JAMU, kolektivem Czechia a Michalem Pěchoučkem.

Expozice Praha není Česko byla vybrána odbornou komisí z návrhů obdržených na základě otevřené výzvy Institutu umění – Divadelního ústavu. Projekt vzniká za finanční podpory Janáčkovy akademie múzických umění v Brně a Institutu umění – Divadelního ústavu.

MOTIVACE A CÍLE

Praha není Česko mě jako projekt oslovil svou ideou a vybrala jsem si ho pro jeho potenciál k získání nových zkušeností při jeho realizaci a týmové spolupráci. Organizační tým se skládá z nadšených studentů uměleckých a divadelních škol, v němž každý zastává svou funkci dobrovolně a z vlastního zájmu o věc. Všichni autoři jsme z různých oborů a profesí, a mě lákala představa spolupráce v takto názorově rozmanité skupině.

Dalším důvodem, proč jsem si projekt vybrala je to, že vnímám téma centralizace osobně, jsem totiž stoprocentní Pražanka. Až po dobu studia na FaVU jsem začala více vyjíždět mimo své zažité prostředí a myslím, že to na mě mělo pozitivní vliv. Nyní mám tendence doporučit naše výlety všem svým kamarádům z Prahy, kteří ohruují nos „to je daleko“ a „tam já nejedu“, nebo „vždyť tam nic není“! Přitom

paradoxně každý z nás rád mluví o načerpání nové inspirace v přírodě a v zapadlých koutech naší krásné vlasti na čerstvém vzduchu. Proč tedy v sobě nosíme tu obavu – musím být v Praze, abych něco neprošvihl?

Cílem pro mě bylo vytvořit specifickou vizuální identitu, která se nedrží aktuálních trendů, pracuje s nadsázkou, a přesto dokáže srozumitelně informovat o projektu návštěvníky všech generací a národností.

Cílovou skupinou jsou návštěvníky PQ, tedy nadšenci v oblasti divadla a scénografie.

IDENTITA

1 ZÁKLADNÍ VIZUÁLNÍ PRVKY

Jelikož je PQ mezinárodním festivalem, chtěla jsem využít prvku, který by si návštěvník okamžitě spojil s Českou republikou. Hlavním vizuálním elementem je obrys České republiky, který využíváme ve více variantách. Základní myšlenkou je ukázat návštěvníkům naši zemi ze všech stran tak, aby měli možnost objevit i zapomenutá, či neprozkoumaná místa. Původním prvkem je animace rotující České republiky kolem vlastní osy ve všech rovinách, pro 2D zobrazení využíváme obrysy v dílčích rotačních úhlech.

Tento princip loga a jeho deformace se využívá u jednotlivých výletů, každý výlet se prezentuje pod jiným úhlem, neboť každý výlet je jiný. Logo má tedy fluidní formu, která se mění podle potřeb.

Svítilící obrys kombinuji s „bouřkově“ modrým pozadím. Běžná komerční turistika jde vždy ruku v ruce s vidinou co nejideálnějšího slunného pozadí, ale dramatická mračná obloha skrývá pro mnohé své kouzlo, stejně tak jako výlety, které s projektem Praha není Česko vytváříme.

V projektu používám dvě písma – Graebenbach Mono Medium od lipského kolektivu Camelot a Raghava Grotesk Regular od Vojtěcha Kollerta. Monospace písmo vytváří lehký retro nádech, využití má hlavně v tabulkách jako informativní cedule nebo technické parametry. Raghava naopak přináší velmi současný vzhled, pro svou čitelnost je použitý v delších textech a identitu uceluje.

2 VÝLETY

U výletů jsem chtěla podpořit jejich odlišnost. Každý výlet má svou barvu a přiřazenou (nafocenou) strukturu. Jeden ze základních principů je objevování, které u výletů funguje na překrývajících se fotografiích struktury a fotografie z výletu, struktura se postupně odmazává a odkrývá divákovi část výletu.

Například první výlet s názvem *Bez práce nejsou koláče* pracuje se strukturou plastové ubrusu, na který narazíte zpravidla v domácnostech našich babiček. Ubrus má symbolizovat estetiku místa, kde se během výletu společnými silami bude vařit oběd – jahodové knedlíky.

Na konci výletu bude pro každého účastníka připravená pohlednice, kterou bude moci poslat přímo z dané lokality.

WEB

Pro potřebu předprodeje lístků a propagaci našeho projektu mi přišlo vhodné vytvoření webových stránek. Jelikož žádná šablona neodpovídala našim představám, vytvořili jsme si vlastní ve spolupráci s Andreasem Gajdošíkem.

Webové stránky — www.prahanenicesko.cz

Webové stránky jsou v českém a anglickém jazyce a skládají se ze tří kategorií: **výlety | o nás | kontakt**

Na hlavní stránce (výlety) je chronologický soupis výletů, po kliknutí na více informací se odmazává segment struktury, odhalí se část fotografie z výletu a rozbalí se informační text s možností zakoupení. Základní informační body, jako je například téma výletu nebo fyzická a psychická náročnost, ilustruji volně dostupnými reklamními fotografiemi či obrázky.

V kategorii o nás najdete základní okruh organizačního týmu. V průběhu příprav jsme zorganizovali focení, jehož zadání od produkčního bylo následující:

Jste zaměstnancem ne příliš prosperující CK Praha není Česko, když v tu se váš ne příliš oblíbený, a ještě hůře platící šéf zjeví ve dveřích vašeho devadesátkového kanclu a říká: „Děcka, zítra sa budem fotit, tož dojdite v nečem slušnějším.“

Poslední kategorie se váže na možnost nás kontaktovat a stáhnout si tiskovou zprávu.

KOOPERACE – VÝSTUPY

Ve spolupráci s Marií Hájkovou vznikla doprovodná videa různého typu:

- 1 trailery prezentující jednotlivé výlety
- 2 intro video, které představuje celý projekt Praha není Česko
- 3 krátká videa zábavného charakteru (nikoliv informativního)

Ve videích jsou použité základní grafické prvky v tabulce, chováním a umístěním připomínající tv show, nebo zprávy.

Z potřeby videa uložit na online platformu vznikl youtube kanál, který se využívá spíše na polinkování na webové stránky, či sociální sítě.

Youtube kanál — [ke shlédnutí zde](#)

SOCIÁLNÍ SÍŤ

Kromě našich webových stránek využíváme k propagaci výletů a projektu samotného dvě hlavní komunikační sítě:

- 1 Instagram — [ke shlédnutí zde](#)
- 2 Facebook — [ke shlédnutí zde](#)

Jelikož při natáčení jednotlivých trailerů vzniklo několik doprovodných fotografií, přišlo nám dobré využít je na propagaci. Náš organizační tým je rozprostřen skoro po celé naší republice, a proto využíváme Instagram jako médium pro momentky pojící se například k české kultuře. Přístup mají všichni členové a obsah vzniká organickým způsobem.

Facebook bereme jako více oficiální platformu, kde jsou vytvořené události jednotlivých výletů.

EXPOZICE

Samotná expozice na PQ se promění v takovou dočasnou cestovní kancelář. Estetikou (kterou si scénografické trio řešilo samostatně) chceme návštěvníkům představit ne-Prahu v Praze. V průběhu PQ budou na stánku probíhat malé workshopy, které se tematicky pojí k výletům, abychom aktivitou přilákali více návštěvníků. Velkou část expozice zaujímá stánek, v němž bude možnost zakoupení výletů a autorských turistických známek.

V této části graficky zpracovávám polepy stánku a katalog výletů (ve fázi příprav).

ZÁVĚR

Projekt hodnotím jako velice přínosný, jelikož jsem si vyzkoušela přístup a metody, které pro mě byly v zásadě nové.

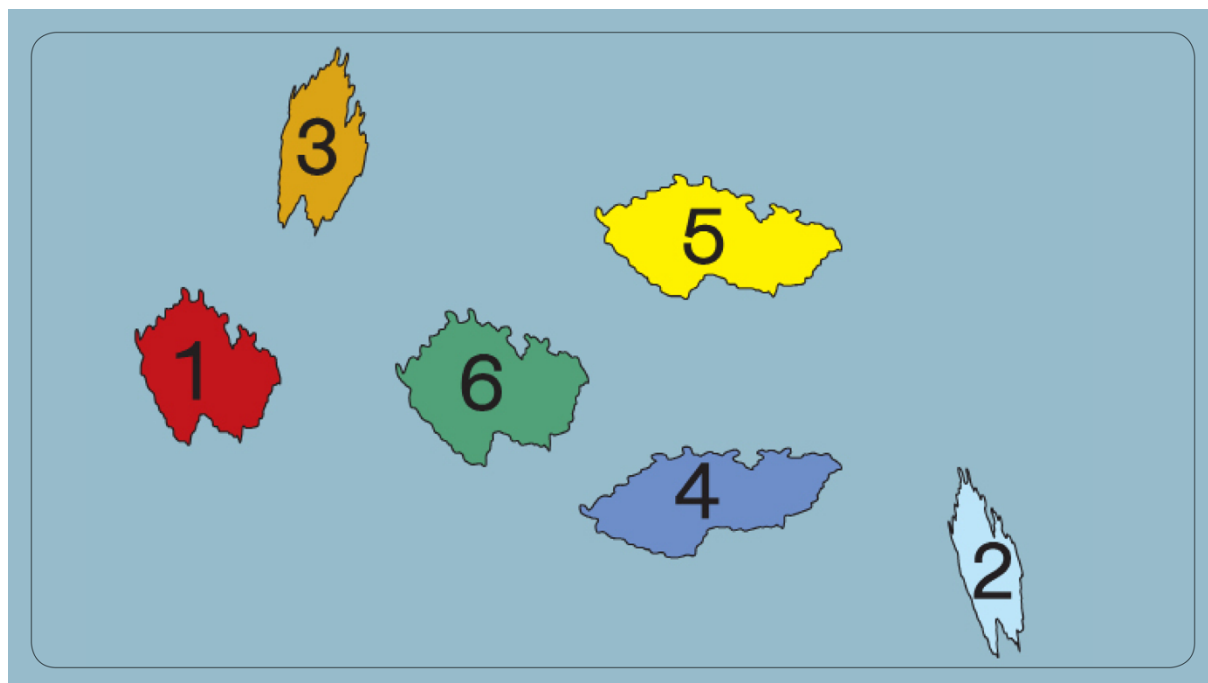
Vizuální identitu jsem se snažila přizpůsobit danému tématu tak, aby co nejvíce autenticky formovala myšlenky kolektivu Intelekturálně. Musím přiznat, že jsem na tomto projektu přesahovala svůj zažitý rámec estetiky a vnímání grafického designu jako takového. Jedno z prvních pravidel organizačního týmu bylo nepoužívat bílou barvu, která se v mé práci objevuje často. Projekt tedy nabourává moje dosavadní zkušenosti a přemýšlení, což hodnotím velice kladně.

S organizačním týmem ve složení studentů a divadelníků nadšenců byla práce inspirující, vyzkoušela jsem si mezioborovou spolupráci a samotnou realizaci ve větším rozsahu. Díky vytvořené grafické stránce projektu značně vzrostla jeho kredibilita a sebedůvěra organizačního týmu, což je pro mne samou velmi důležité.

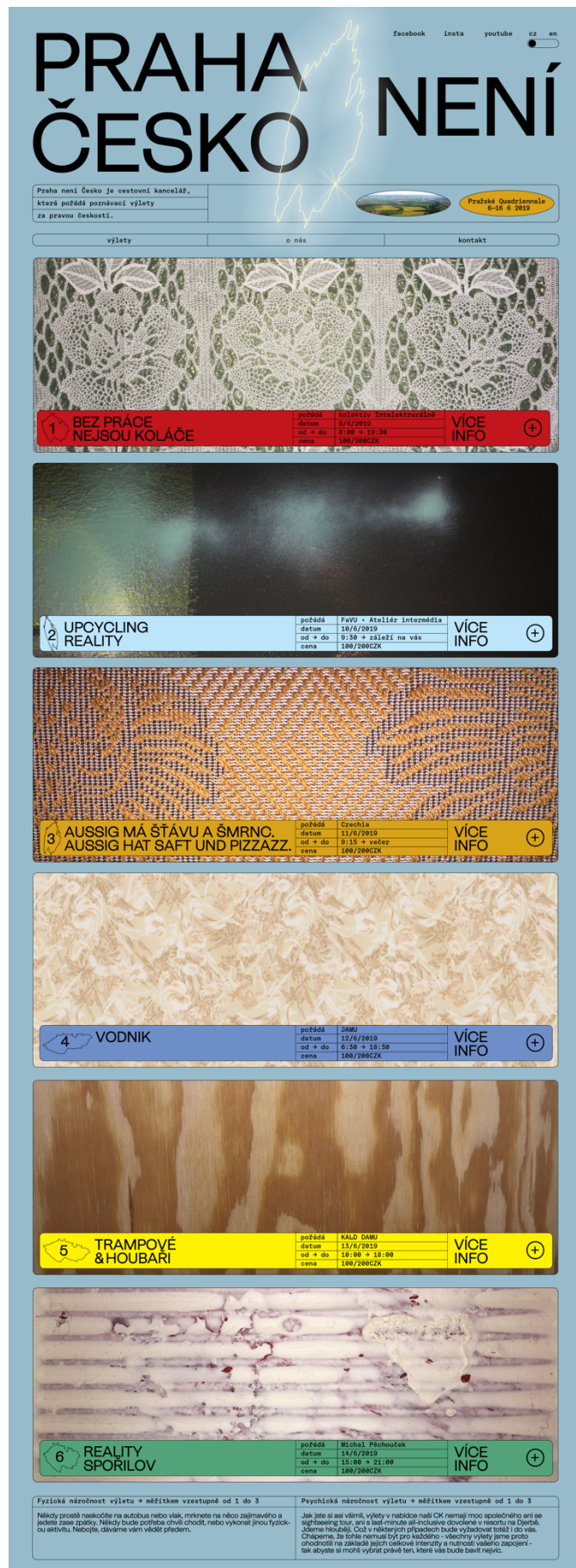
OBRAZOVÁ ČÁST



ukázka úvodní fotografie na facebook



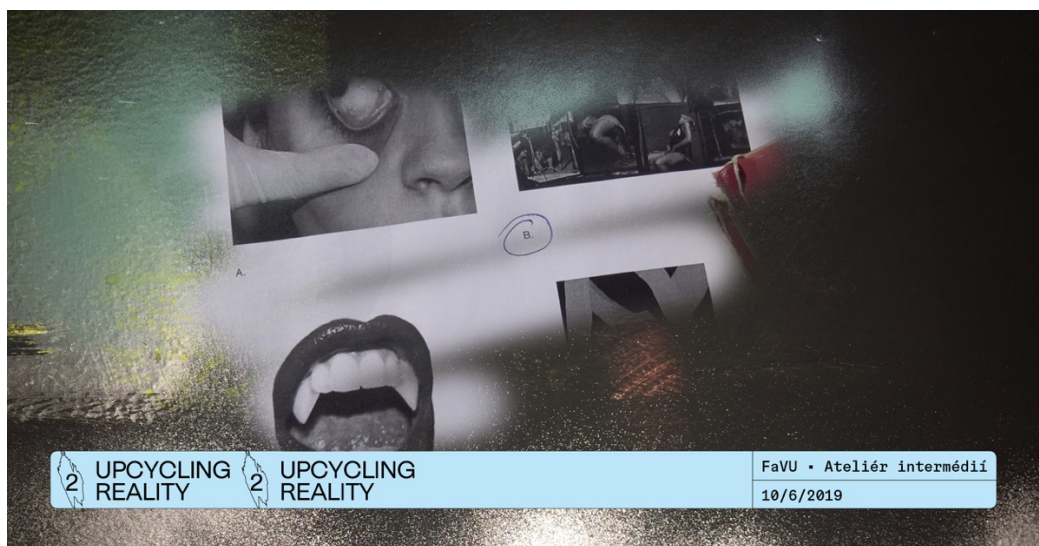
ukázka deformace obrysu u jednotlivých výletů



návrh webové stránky



úvodní fotografie na facebook – 1. výlet



úvodní fotografie na facebook – 2. výlet



úvodní fotografie na facebook – 3. výlet



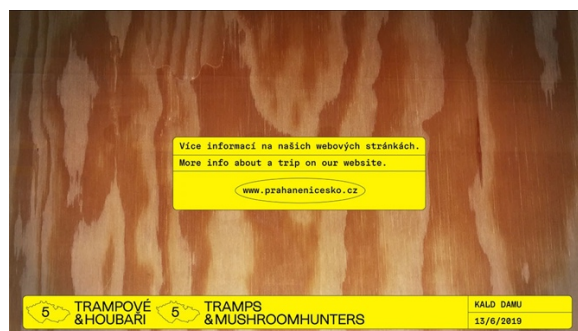
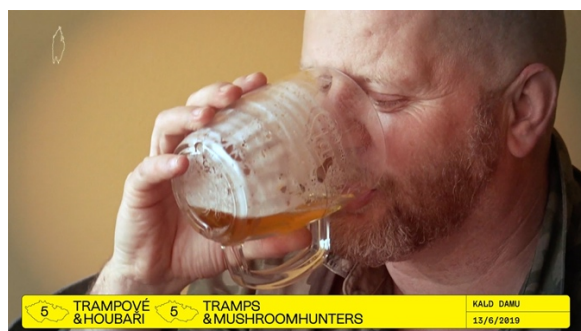
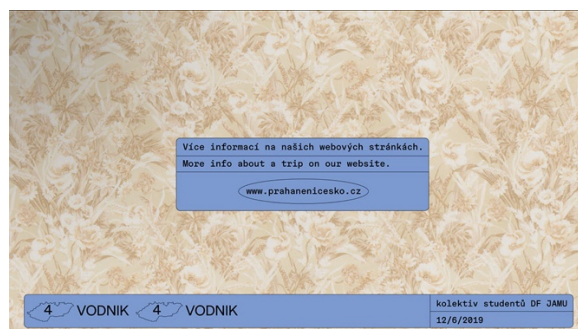
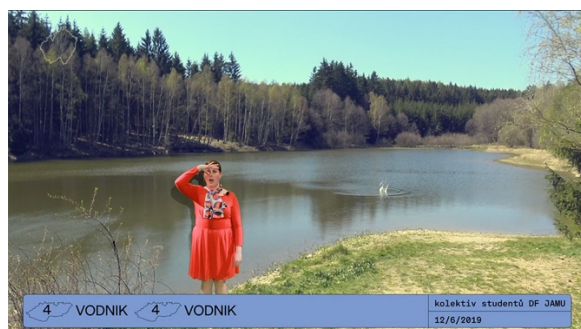
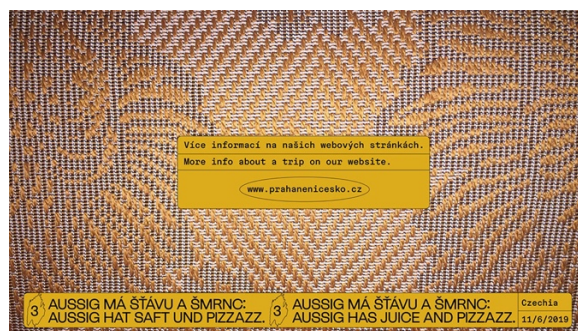
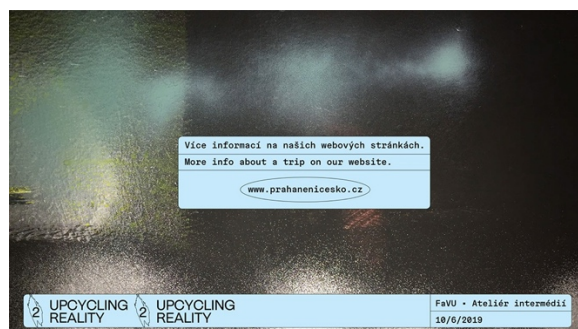
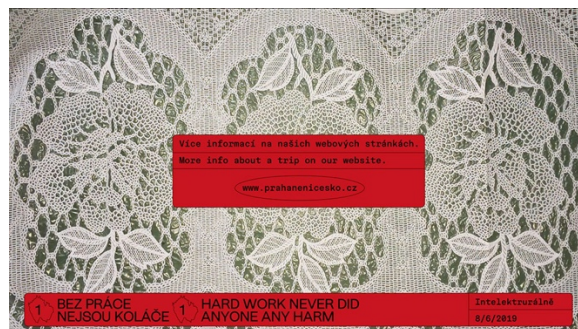
úvodní fotografie na facebook – 4. výlet



úvodní fotografie na facebook – 5. výlet



úvodní fotografie na facebook – 6. výlet





ukázky videí – trailery k jednotlivým výletům



skica expozice



ukázka turistické známky